

EMPREENDEDORISMO QUE
transforma

RELATÓRIO TÉCNICO

TENDÊNCIAS E BOAS PRÁTICAS DO VAREJO MUNDIAL PARA PEQUENOS NEGÓCIOS

NRF 2018

© 2018, SEBRAE/RS

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Sul

É proibida a duplicação ou a reprodução deste volume, total ou parcialmente, por quaisquer meios, sem a autorização expressa do SEBRAE/RS.

Informações e contato:

SEBRAE/RS – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Sul

Rua Sete de Setembro, 555 – Bairro Centro – CEP 90010-190 – Porto Alegre – RS

Telefone: 0800 570 0800 – Fax: (51) 3216.5112

Home page: www.sebrae-rs.com.br – E-mail: info@sebrae-rs.com.br

Entidades Integrantes do Conselho Deliberativo:

Badesul Desenvolvimento S/A – Agência de Fomento/RS

Banco do Brasil S/A

Banco do Estado do Rio Grande do Sul S/A – BANRISUL

Caixa Econômica Federal

Centro das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul – CIERGS

Federação da Agricultura do Estado do Rio Grande do Sul – FARSUL

Federação das Associações Comerciais e de Serviços do Rio Grande do Sul – FEDERASUL

Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas do Rio Grande do Sul – FCDL-RS

Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul – FIERGS

Fundação de Amparo à Pesquisa do Rio Grande do Sul – FAPERGS

Federação do Comércio de Bens e de Serviços do Estado do Rio Grande do Sul – FECOMÉRCIO

Secretaria de Desenvolvimento e Promoção do Investimento do Rio Grande do Sul – SDPI

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE

Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – SENAI-RS

Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – SENAR-RS

Presidente do Conselho Deliberativo do SEBRAE/RS:

Carlos Rivaci Sperotto

Diretoria Executiva:

Diretor-Superintendente – Derly Cunha Fialho

Diretor Técnico – Ayrton Pinto Ramos

Diretor de Administração e Finanças – Carlos Alberto Schütz

Equipe Técnica Responsável:

Fábio Krieger Lopes Reis

Fabiano Zortéa

Desenvolvimento de Conteúdos:

Fábio Krieger Lopes Reis

Fabiano Zortéa

Projeto Gráfico e Diagramação:

Jean Carlos de Oliveira Rosa



0800 570 0800 | SEBRAE-RS.COM.BR |



SUMÁRIO

1 APRESENTAÇÃO	3
2 METODOLOGIA	5
3 REUNIÃO DE PREPARAÇÃO	7
4 PROGRAMAÇÃO	8
5 O BIG SHOW 2018	9
5.1 NRF 2018: COMO SERÁ O VAREJO DO FUTURO?	10
5.2 CASES DE DESTAQUE	12
6 WORKSHOPS EXCLUSIVOS PARA O GRUPO	16
7 VISITAS GUIADAS NA FEIRA DE TECNOLOGIA	17
8 VISITAS TÉCNICAS	19
9 DISSEMINAÇÃO DE CONHECIMENTOS	20
10 AVALIAÇÃO DOS PARTICIPANTES	21
10.1 RESULTADOS DA PESQUISA	21
10.2 DEPOIMENTOS	23
11 IMPLANTAÇÃO DE MELHORIAS	25
12 RELAÇÃO DE PARTICIPANTES	26

1 APRESENTAÇÃO

Este relatório tem por objetivo compilar e compartilhar os destaques observados durante a missão empresarial realizada na 107ª Convenção Anual da National Retail Federation (NRF), em Nova York/EUA. Com a organização e programação técnica realizada, em parceria, pelo SEBRAE/RS, CDL Porto Alegre, Sindilojas Porto Alegre, FCDL e Fecomércio/Senac, 20 micro e pequenas empresas gaúchas foram apoiadas para participar do maior evento de varejo do mundo. Dez representantes das referidas Entidades também participaram da iniciativa, compondo uma única e integrada delegação gaúcha, com 30 participantes. A missão internacional ocorreu no período de 13 a 20 de janeiro de 2018.

Esta iniciativa foi concebida como um projeto arrojado e inovador, que promove a implantação de melhorias nas empresas e transforma a realidade dos participantes. Desta forma, os empresários foram capacitados e preparados para a participar da programação e também são realizadas atividades de acompanhamento das melhorias a serem implementadas em cada uma das empresas durante o ano de 2018.

Para proporcionar acesso ao conhecimento aplicado são realizados contatos prévios com varejistas de Nova York de forma a viabilizar visitas técnicas para benchmarking e verificar o que tem de mais moderno em termos de gestão de varejo. A estruturação do acompanhamento técnico é realizada por técnicos do SEBRAE/RS e CDL Porto Alegre, com o foco em associar necessidades das empresas com oportunidades de conhecimento, proporcionando mais consistência técnica e um avanço significativo para a qualidade desta iniciativa. Também foram acrescentados materiais de apoio, catálogo de apresentação do grupo, reunião de preparação, transmissão online, acompanhamento pós missão e evento de resultados para apresentação das melhorias de cada empresa.

A participação no Big Show 2018 foi o ponto central de um projeto de qualificação com duração de 9 meses, que tem as atividades em Nova York como referência em conhecimento, mas também possui as atividades após a viagem, fundamentais para o resultado previsto com esta iniciava, que é a implantação de melhorias que impactem na qualificação da gestão, do relacionamento com clientes e aumento de faturamento dos pequenos negócios participantes.





PARTICIPANTES

20 PEQUENOS NEGÓCIOS

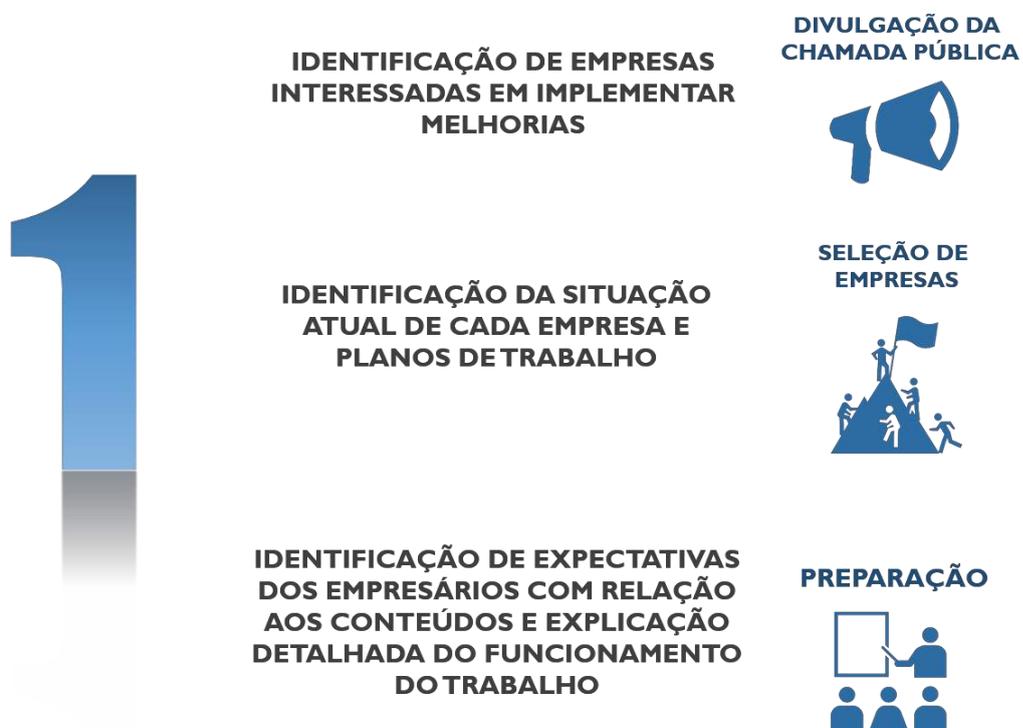
02 SEBRAE/RS

06 CDL PORTO ALEGRE

02 SINDILOJAS PORTO ALEGRE

2 METODOLOGIA

Focada na implantação de melhorias nas empresas participantes, a metodologia de trabalho possui 3 grandes etapas, preparação, acesso ao conhecimento e implantação, sintetizadas no quadro abaixo:



2

**APRENDIZAGEM DE
CONCEITOS E BOAS
PRÁTICAS**

PALESTRAS



**CONTATO DIRETO E
EXPERIMENTAÇÃO DAS
TECNOLOGIAS**

**ESTANDES DE
TECNOLOGIA**



**COMPREENSÃO DOS
CONCEITOS E TECNOLOGIAS
OPERANDO NO PONTO DE
VENDA**

VISITAS TÉCNICAS



**SÍNTESE DE CONTEÚDOS E
TROCA DE APRENDIZADOS
ENTRE O GRUPO**

WORKSHOPS



**EMPRESÁRIOS ESTRUTURAM AS
AÇÕES E REALIZAM A
IMPLEMENTAÇÃO DAS MELHORIAS**

**IMPLANTAÇÃO DE
MELHORIAS**



3

**ORGANIZAÇÃO DOS SEMINÁRIOS
PRESENCIAL E VIRTUAL ENTRE AS
ENTIDADES.**

**DISSEMINAÇÃO
DE CONTEÚDOS**



**EMPRESÁRIOS APRESENTAM OS
RESULTADOS DAS MELHORIAS
IMPLEMENTADAS PARA TODO O
GRUPO E ENTIDADES PARCEIRAS**

**ENCONTRO DE
RESULTADOS**



3 REUNIÃO DE PREPARAÇÃO

O grupo, selecionado através de edital, privilegia empresários com maior participação nas iniciativas do SEBRAE/RS, representou 7 segmentos diferentes de comércio, que possuem suas operações em diversas regiões do Rio Grande do Sul.

No dia 7 de dezembro de 2017, em Porto Alegre, foi realizada a reunião de preparação dos empresários, com intuito de apresentar as características do evento, indicar as condições e dicas de participação e



identificar as expectativas dos participantes. Nesta reunião, foram apresentados e entregues o guia de viagem e o catálogo de participantes, materiais produzidos para organizar a participação e apresentação do grupo no evento. Também foi estabelecido o grupo de whatsapp como canal oficial de comunicação do grupo, que iniciou as conversas sobre dificuldades nas empresas e oportunidades de negócios dentro do grupo, iniciando um processo de cooperação.

Apesar de muito heterogêneo, os interesses do grupo puderam ser agrupados em quatro tópicos, o que embasou todas as definições com relação a programação durante o período em Nova York. As expectativas citadas foram as seguintes:

- Observar possibilidades de inovação na empresa, tendências e tecnologias;
- Verificar tendências em experiência de compra;
- Compreender formas de gerenciar o e-commerce e mídias sociais;
- Adquirir conhecimento para implantação de melhorias no ponto de venda.

4 PROGRAMAÇÃO

Após a compreensão das expectativas dos empresários, definimos a programação, composta por ações realizadas dentro do Big Show 2018, envolvendo a participação no congresso e na feira de tecnologia, bem como, ações realizadas a partir de contatos estabelecidos com empresas de Nova York, para realização de visitas técnicas e interação com o varejo americano.

Abaixo destacamos a programação resumida da missão internacional:

13/01 (Sábado)	14/01 (Domingo)	15/01 (Segunda)	16/01 (Terça)	17/01 (Quarta)	18/01 (Quinta)
REUNIÃO DE AQUECIMENTO 17h–19h	NRF 08h-18h	NRF 08h-18h WORKSHOP 19h-21h O novo Consumidor Palestra CISCO Palestra IBM	NRF 08h-18h VISITA GUIADA NOS ESTANDES 14h-16h	VISITAS TÉCNICAS NAS EMPRESAS 09h-17h	VISITAS TÉCNICAS NAS EMPRESAS 09h-17h WORKSHOP 19h-21h Síntese de conteúdos Troca de ideias Palestra Edmour Saiani

5 O BIG SHOW 2018



A maior convenção mundial do varejo mostrou ao mundo tendências e boas práticas para que as lojas se tornem mais relevantes e atendam a um novo modelo de consumo. Foram apresentadas palestras organizadas em seis tipos de conteúdo:

Inovação do Varejo Digital: Transformando o varejo digital em uma experiência.

Marca e Cultura: Ferramentas para o engajamento das equipes e clientes.

Varejo Móvel: Perspectivas para conduzir o varejo a qualquer momento e lugar.

Tendências Tecnológicas e Aplicativos: O melhor do varejo para o mundo digital.

Estratégias de Merchandising: O mix de produtos ideal e o novo modelo de loja.

Experiência na Loja: A história da marca e o propósito construindo fidelidade.

5.1 NRF 2018: COMO SERÁ O VAREJO DO FUTURO?

Falar que o comportamento do consumidor mudou não surpreende mais ninguém. O que instiga a partir de agora é compreender quais são as novas demandas, os novos desejos, as novas jornadas dos clientes quando se relacionam com a marca. Está cada vez mais complexo afirmar que conhecemos o comportamento dos clientes. Isto porque eles não se comportam mais de forma linear, os consumidores estão realizando diferentes jornadas, por exemplo, em alguns dias preferem consultar informações na internet e comprar na loja, em outros, comprar no site e retirar na loja, ou receber em casa, depende, os novos clientes, também conhecidos como omniconsumidores, sabem que existem possibilidades e querem fazer uso delas, conforme a necessidade de cada dia.

Vamos aos exemplos que ditam as tendências, enquanto o Walmart, que está no topo da lista dos maiores players do varejo mundial e possui uma das maiores redes de lojas nos Estados Unidos, está investindo em modelos menores, mais ágeis e que incorporam iniciativas do digital. A Amazon, gigante do comércio eletrônico, também está fazendo o caminho inverso, experimentando o varejo físico, primeiro com a Amazon Books, uma livraria, e agora com a Amazon Go, o supermercado que promete acabar com as filas dos caixas. O chinês Alibaba também está mostrando que não é apenas um e-commerce. Mas sim uma grande plataforma, com diferentes negócios, totalmente integrados. Com apenas um cadastro, a companhia identifica o consumidor, seja online ou em uma loja de sua rede de supermercados, o Hema Market, sua principal investida no varejo físico.

Os avanços tecnológicos e as transformações nas demandas de consumo indicam o fim do ponto de venda como a gente conhece. Agora as lojas físicas começam a ter um comportamento semelhante ao site. São lojas que se modificam com frequência, fazem ações inéditas e interagem com a comunidade. A publicidade também está mudando, será basicamente feita por influenciadores, aquele cliente que é fã da marca. Aliás, o melhor marketing que podemos fazer é estimular o cliente a falar da nossa marca, as pessoas querem audiência e momento inéditos, podemos nos inspirar para realizar ações de engajamento apenas observando as redes sociais.

Além do dinamismo, os pontos de vendas estão passando a utilizar painéis interativos, reconhecimento facial para personalizar as interações com o cliente, locais para retiradas de produtos comprados na internet, self-checkouts para eliminar as filas e realidade aumentada para auxiliar na decisão de compra. Tudo precisa ser simples e fácil. Como exemplo desta mudança na forma de fazer o varejo, o presidente da Leví's, James Curleigh, subiu no palco do NRF 2018 e revelou que o principal desafio da marca é tornar muito simples a decisão de comprar um jeans, visto que estamos em um mundo de decisões complexas.

O desafio do varejo nunca foi tão grande. Resolver tudo sozinho não é a melhor opção. Estabelecer parcerias estratégicas nunca foi tão necessário, independentemente do tamanho da empresa ou setor de atuação. Precisamos refletir sobre a experiência que queremos oferecer e quem pode nos ajudar a viabilizar, terceirizar etapas para startups pode ser uma ótima alternativa, assim como interagir com a loja ao lado e promover ações que aumentem o fluxo.

O varejo está no caminho da plenitude na conveniência, ou seja, quanto menos atrito e mais fácil de acessar, mais relevante será para o consumidor. Portanto, analisar a jornada do cliente quando se relaciona com a empresa e simplificar as interações deve nortear o pensamento estratégico. O desafio é gerenciar a complexidade que envolve uma operação de varejo fazendo com que seja simples para o cliente, sofisticado na retaguarda, simples no balcão. O varejo que ganhará o jogo é aquele torna a vida mais fácil.



5.2 CASES DE DESTAQUE

Selecionamos os cases de empresas que ilustram as principais tendências e operam modelos disruptivos de atuação no varejo, sendo os principais destaques da NRF 2018.

A EXPERIÊNCIA NO CENTRO DAS COISAS

COTOPAXI
MOCHILAS LIFESTYLE



ASSEMBLE YOUR TEAM

NÃO VENDEM APENAS MOCHILAS. PROMOVEM EVENTOS COM DESAFIOS DE AVENTURAS E DE AÇÕES SOCIAIS PARA CLIENTES.

BEAUTY PIE

CLUBE DE ASSINATURAS

BEAUTY PIE

Participa hoje e desfrutamos a melhor de Beauty Pie - uma grande ideia embelezadora.

[Saiba como funciona](#)

Participa hoje e desfrutamos a melhor de Beauty Pie - uma grande ideia embelezadora.

Escolha uma associação
R\$ 100 (valor de gestão mensal)

- Mensal
R\$ 10 / mês.
3 meses grátis.
- Anual
R\$ 99 / ano.
a partir do 3º mês, SEMTE

ADICIONAL AO DED. E COMISSÃO COMPRE



MARCA APROXIMA CONSUMIDOR DO FABRICANTE ATRAVÉS DE CURADORIA E VENDA DE ASSINATURA MENSAL

COMPRE ONLINE, RETIRE NA LOJA



MOVIMENTO DE CONSUMO PARA REALIZAR A COMPRA ATRAVÉS DOS CANAIS DIGITAIS E RETIRAR O PRODUTO NA LOJA JÁ É UMA TENDÊNCIA CONFIRMADA

IKEA

REALIDADE AUMENTADA



CRESCER O NÚMERO DE CONSUMIDORES QUE QUEREM DECIDIR A COMPRA SEM SAIR DE CASA

REWE

PARCERIAS DE VALOR



LUFTHANSA EM PARCERIA COM REDE DE MERCADOS REWE PERMITE REALIZAR PEDIDO DE PRODUTOS ONLINE PARA QUE SEJAM ENTREGUES QUANDO OS CLIENTES CHEGAREM DE VIAGEM.

GM

PENSAMENTO DE PLATAFORMA

New
GM
Marketplace
app

APP DA GM PERMITE REALIZAR PEDIDOS E PAGAMENTO EM DIVERSAS MARCAS DE INTERESSE DOS CONSUMIDORES

AMAZON BOOKS **INTEGRAÇÃO ONLINE/OFFLINE**



A LOJA FÍSICA APRESENTA A EXPOSIÇÃO DOS LIVROS E ACESSO A RECOMENDAÇÕES DE CLIENTES DE FORMA SEMELHANTE À LOJA VIRTUAL

CASTORAMA **VISÃO PERIFÉRICA**



AMPLIA A VISÃO DE PRODUTO. PAPEL DE PAREDE COM TECNOLOGIA. VOCÊ ESCANEIA O PERSONAGEM E TEM A HISTÓRIA PARA CONTAR PARA O SEU FILHO.

6 WORKSHOPS EXCLUSIVOS PARA O GRUPO

Realizamos 2 workshops para complementar o conteúdo da programação técnica, contemplando palestras exclusivas com executivos da IBM e CISCO e também dedicamos um momento para, em grupo, compartilhar percepções e sintetizar os aprendizados que tivemos em todas as atividades.



7 VISITAS GUIADAS NA FEIRA DE TECNOLOGIA

Realizamos a visita guiada na feira de tecnologia, que aconteceu em paralelo com as palestras. Selecionamos alguns dos principais expositores de acordo com o perfil do grupo e realizamos um roteiro guiado com tradução simultânea, para que o grupo pudesse aproveitar ainda mais este setor do evento. Todos os estandes selecionados possuem fornecedores no Brasil e tecnologias acessíveis para pequenos negócios.



“EM UM MUNDO DE DECISÕES COMPLEXAS, ESCOLHER UMA CALÇA JEANS PRECISA SER MUITO SIMPLES E ISTO É O MAIOR DESAFIO DOS NOSSOS PONTOS DE VENDAS”.

James Curleigh, Presidente da Levi's

INTEL



**REALIDADE AUMENTADA E INTEGRAÇÃO
DA LOJA FÍSICA E DIGITAL**

SAP



**TECNOLOGIAS PARA PONTO DE VENDA E
EXPERIÊNCIA DO CLIENTE**

IBM



**AUMENTO DE VENDAS ATRAVÉS DO
RELACIONAMENTO DIGITAL**

8 VISITAS TÉCNICAS

Realizamos 16 visitas técnicas nas empresas listadas abaixo, para apresentar aos empresários os conceitos e tecnologias observados na NRF funcionando em importantes pontos de vendas de Nova York.

B&H PHOTO
AMAZON BOOKS
WARBY PARKER
GANSEVOORT MARKET
WHOLE FOODS
UNIQLO FLAGSHIP STORE
COACH HOUSE
VICTORIA'S SECRET

LOWE'S
URBAN OUTFITTERS
LULU LEMON FLAGSHIP
EATALY
REBECCA MINKOFF
SONOS STORE
NIKE SOHO
GALERIA MELISSA



9 DISSEMINAÇÃO DE CONHECIMENTOS

Após a realização da missão internacional o SEBRAE/RS juntamente com os parceiros têm o objetivo e o desafio de disseminar ao máximo os conhecimentos adquiridos com as palestras do congresso, nos estandes da feira de tecnologia, nas visitas técnicas e workshops realizados. Com o intuito de dar acesso às informações para empresários, dirigentes, conselheiros e colaboradores das Instituições parceiras nesta iniciativa são realizadas as seguintes ações de disseminação:

Ação	Público	Quando	Estimativa de N° de Acessos
CIRCUITO PÓS NRF ONLINE (Gravado para acesso posterior)	EMPRESÁRIOS, CONSULTORES E COLABORADORES	27/02 14h 06/03 14h 13/03 14h	5.000
03 PALESTRAS PRESENCIAIS	EMPRESÁRIOS	11/04 18h 30/05 14h a definir	1.200
ZOOM CDL CAFÉ COM LOJISTAS SINDILOJAS	EMPRESÁRIOS	30/01 09h 24/01 09h	450
PALESTRA ONLINE COM SEBRAE/NA	EMPRESÁRIOS	29/08	400
INFOGRÁFICO DIGITAL	EMPRESÁRIOS E CONSULTORES	28/03	7.000
RELATÓRIO TÉCNICO	CONSELHEIROS, EMPRESÁRIOS E COLABORADORES	05.03	400
PUBLICAÇÃO DE 04 ARTIGOS PORTAL E REVISTA SEBRAE	EMPRESÁRIOS	21/02 - 07/03 21/03 - 04/04	2.000
ENCONTRO DE RESULTADOS	PARTICIPANTES DA NRF E PARCEIROS	29/05 14h	60
PUBLICAÇÃO DE 04 ARTIGOS PORTAL E REVISTA SEBRAE	EMPRESÁRIOS	21/02 - 07/03 21/03 - 04/04	2.000
ENCONTRO DE RESULTADOS	PARTICIPANTES DA NRF E PARCEIROS	29/05 14h	60

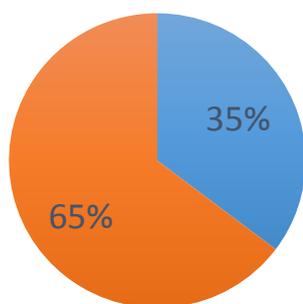
10 AVALIAÇÃO DOS PARTICIPANTES

A fim de mensurar o nível de satisfação dos empresários participantes, foram entrevistados, por telefone, todos os empresários participantes da missão empresarial.

Esta pesquisa contemplou questões sobre o processo de inscrição, os materiais técnicos, a localização do hotel, a reunião de preparação, as visitas técnicas nas lojas, as visitas guiadas na feira, apoio técnico, avaliação geral da missão, se o empresário participaria novamente com o Sebrae e se recomendaria para alguém. Além disso, foi solicitado aos empresários suas considerações sobre os pontos fortes e fracos e sugestões de melhorias para as próximas edições.

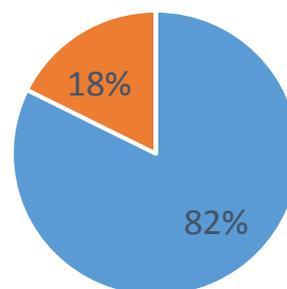
10.1 RESULTADOS DA PESQUISA

Processo de inscrição para participar da Missão



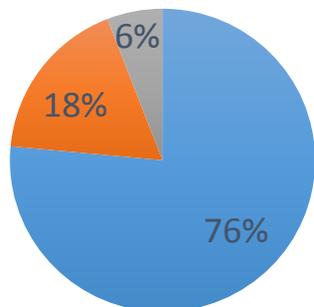
■ Ótimo ■ Bom ■ Regular ■ Ruim

Materiais recebidos antes da viagem



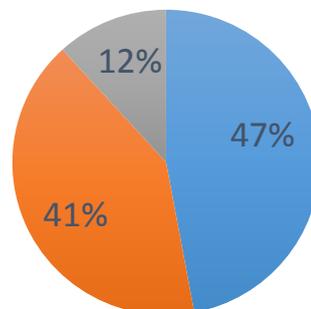
■ Ótimo ■ Bom ■ Regular ■ Ruim

Visitas técnicas na lojas



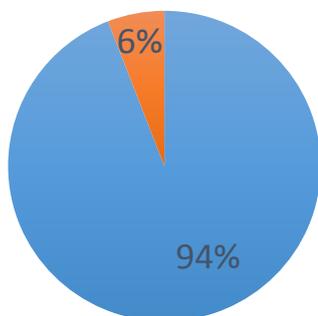
■ Ótimo ■ Bom ■ Regular ■ Ruim

Visita guiada na Feira de Tecnologia



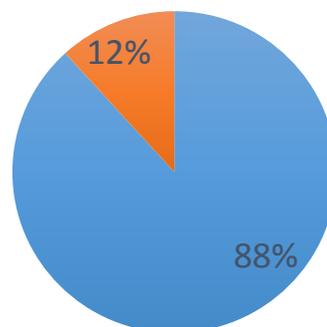
■ Ótimo ■ Bom ■ Regular ■ Ruim

Reuniões técnicas para debater os conteúdos da NRF



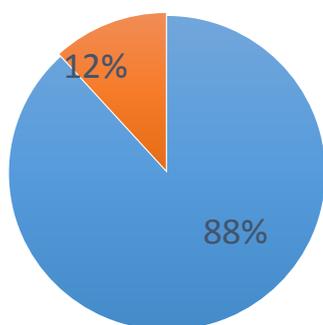
■ Ótimo ■ Bom ■ Regular ■ Ruim

Apoio dado pela equipe técnica durante a missão



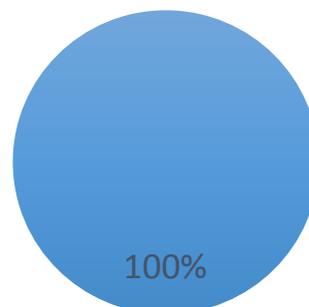
■ Ótimo ■ Bom ■ Regular ■ Ruim

Avaliação geral da Missão



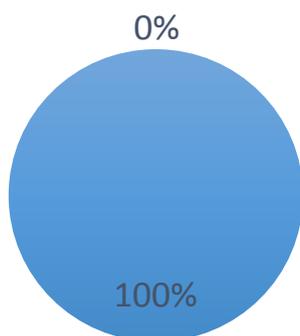
■ Ótimo ■ Bom ■ Regular ■ Ruim

Você iria novamente com o Sebrae



■ Sim ■ Não

Você recomendaria para alguém



■ Sim ■ Não

10.2 DEPOIMENTOS

“As visitas foram excelentes, considero que foram a melhor parte da missão. Na feira conseguimos ver a teoria e as visitas mostraram tudo na prática. A organização do Sebrae foi excelente, me senti muito bem assessorada, tanto que qualquer pessoa pode ir para essa viagem, até quem nunca saiu do País pode ir tranquilo, pois tenho certeza que vai se sentir bem assessorado e a vontade, para aprender muito”.

Gabriela Jorge, SOLE AQUECIMENTOS

A equipe estava entrosada, um ótimo grupo. O que vi na feira e visitas abriu a minha mente e voltei querendo mudar o mundo. Pude trocar experiências com os outros empresários, coisas que eu estou passando na minha empresa eles já haviam passado e me deram ideias. As empresas tinham diferentes níveis de maturidade e experiência, o networking foi uma das partes importantes. Com essa viagem, conheci os projetos da moda que o Sebrae oferece e eu não tinha conhecimento.

Jamila Vergara, LOJAS ENERGY

Os pontos fortes são a organização do Sebrae, as pessoas do grupo, a parceria entre Sebrae e Entidades e o apoio dado durante a missão. O Sebrae selecionou muito bem o grupo de empresários, tinha receio por ser um grupo grande de desconhecidos e acabei me surpreendendo pelo nível de maturidade do grupo, turma muito boa!

Sidimar Remussi, PUKET STORE

Tive um ótimo aprendizado de teoria na feira e prática durante as visitas, a organização, planejamento antes e durante a feira foram os pontos fortes, a consultoria que recebemos da coordenação foi excelente, rica em conhecimento e experiências, assim como o tradutor que auxiliou muito durante a viagem. Com toda certeza gostaria de ir nas próximas.

Valdir Neuhaus. LOJAS CADILES



11 IMPLANTAÇÃO DE MELHORIAS

De uma forma resumida, o processo de acompanhamento de melhorias após a participação na missão internacional funciona com as seguintes etapas:

1. Divisão de cinco grupos por região – até 14/01/18

- Os subgrupos são canais para troca de ideias;
- Melhoria implementada será individual e deverá impactar no aumento de faturamento e/ou aumento do número de clientes;

2. Definição melhoria a ser implantada – até 30/01/18

- Novo canal de vendas;
- Melhoria no relacionamento com o cliente;
- Visual e ambientação de loja;
- Líder compila a definição de todos e envia para a coordenação do projeto no SEBRAE/RS.

3. Apresentação dos resultados – 29/05/2018

- Coordenação do SEBRAE/RS organizará a Reunião de Resultados;
- Líder do grupo enviará para SEBRAE/RS as apresentações;
- Coordenação do SEBRAE/RS avaliará as evidências das melhorias implementadas e indicadores atingidos;
- Cada empresário realizará a sua apresentação em 10 minutos.

Como exemplo, abaixo compartilhamos uma das melhorias indicadas pelo empresário Ricardo de Oliveira, da Bike Village, que após o retorno dos EUA, assim como os demais participantes, refletiu sobre as possibilidades de qualificar a sua empresa e priorizou algumas ações de transformação com base nas recomendações:

1. Comercialização de um sistema de assinatura para oferta de serviços aos clientes.
2. Calendário mensal de eventos na loja com clientes contando experiências no cicloturismo. PRAZO: 15/04/2018



12 RELAÇÃO DE PARTICIPANTES



ADRIANE DE VLIEGER

Passarella Ville Style
Santa Rosa
www.facebook.com/passarellasantarosa
adriane.passarella@bol.com.br
(55) 9 8112-1409



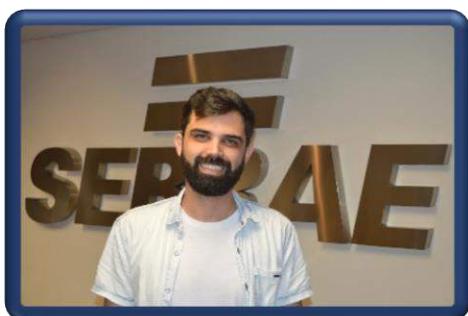
ALCIDES DEBUS

CDL Porto Alegre
Porto Alegre
www.cdipoa.com.br
presidente@cdipoa.com.br
(51) 9 9982 3838



ANDRE E. DA ROSA

Casa do Agricultor
Trindade do Sul
www.comercialdega.com.br
andre@comercialdega.com.br
(54) 9 9170-4797



BERNARD M. BOLACELL

Via Condotti
São Luiz Gonzaga
www.lojaviacondotti.com.br
bernard.bolacell@gmail.com
(51) 9 9660-6237

EMPREENDEDORISMO QUE
transforma

